

**“PELA VERDADEIRA RESTAURAÇÃO DO PALÁCIO IMPERIAL”:  
ANÁLISE DE COMENTÁRIOS DE GRUPOS MONARQUISTAS SOBRE O  
PROJETO DE RESTAURAÇÃO DO MUSEU NACIONAL/UFRJ**

Fernanda Cristina Cardoso Guedes, (PPGCOM/UFF)<sup>1</sup>

**Resumo:** O artigo<sup>2</sup> pretende analisar a repercussão em torno de duas publicações realizadas nos perfis do Instagram e Facebook do Museu Nacional/UFRJ, em fevereiro de 2021, que anunciavam a empresa vencedora do projeto arquitetônico de restauração do Palácio de São Cristóvão, sede principal da instituição, que foi atingido por um incêndio em setembro de 2018. Considerando que mídias sociais podem se transformar em palco de disputas por discursos políticos, o artigo vai debruçar-se nos comentários realizados por perfis “monarquistas”, que iniciaram uma campanha contra o projeto apresentado, reivindicando a retomada das características originais do prédio (que teriam sido ignoradas pela nova proposta), a fim de preservar traços remanescentes do período em que as famílias real e imperial mantiveram residência no prédio. O artigo se estrutura em torno das discussões sobre conversações em rede, observação digital e ciberativismo, refletindo como as mídias sociais podem ser espaços de associação e de disputa, em que as narrativas hostis podem tornar-se protagonistas nas formas de expressão.

**Palavras-chave:** mídias sociais; conversações em rede; ciberativismo; observação digital; Museu Nacional/UFRJ.

**Abstract/Resumen:** The article intends to analyze the repercussion of two publications made on the Instagram and Facebook profiles of the Museu Nacional/UFRJ, in February 2021, which announced the winning company of the architectural project for the restoration of the São Cristóvão Palace, the institution's main headquarters, which was hit by fire in September 2018. Considering that social media can become a stage for disputes over political speeches, the article will focus on comments made by “monarchist” profiles, who started a campaign against the project presented, demanding the resumption of the building's original characteristics (claiming that these features were ignored by the project), in order to preserve traces remaining from the period when the royal and imperial families maintained residence in the building. The article is structured around discussions on network conversations, digital observation and cyberactivism, reflecting on how social media can be spaces of association and dispute, in which hostile narratives can become protagonists in the forms of expression.

**Keywords/Palabras clave:** social media; network conversation; cyberactivism; digital observation; Museu Nacional.

---

<sup>1</sup> Doutoranda e mestre pelo Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense (PPGCOM/UFF) e membro do Núcleo de Estudos em Comunicação de Massa e Consumo (NEMACS/UFF). E-mail: *fcguedes@gmail.com*.

<sup>2</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## INTRODUÇÃO

A noite de 2 de setembro de 2018 ficou marcada mundialmente pelo incêndio no Palácio de São Cristóvão, prédio-sede do Museu Nacional/UFRJ, no Rio de Janeiro. Reconhecidamente um dos maiores museus de História Natural e de Antropologia da América Latina, com cerca de 20 milhões de itens em seu acervo<sup>3</sup>, e a instituição museológica mais antiga do país, o seu possível apagamento gerou uma comoção de proporções internacionais.

Tão logo a notícia sobre o incêndio passou a ser veiculada na imprensa, as mídias sociais foram, sem dúvida, as primeiras receptoras de um fluxo imenso de manifestações, tornando-se um verdadeiro “museu de afetos”, construído a partir de diferentes discursos de seus usuários (GUEDES; NANTES, 2020). Sendo gerados, assim, narrativas e novos vínculos cognitivos com a instituição, sejam eles de luto, revolta, superação, esperança, resistência, engajamento, entre outros. Essas manifestações seguem acontecendo nas publicações dos perfis institucionais, com algumas temáticas que se destacam, como as que giram em torno da reconstrução, do apoio aos servidores, do oferecimento de trabalho voluntário, da tristeza pela perda de boa parte do acervo, da cobrança pela punição dos culpados pela tragédia, do debate político em torno do abandono do Museu ou da culpabilização de gestores que seriam de partidos de esquerda entre outros conteúdos.

Existem também as conversações que exaltam o regime monárquico ou imperial e seus personagens, rechaçando a República, considerado um regime que não teria sido benéfico para o país: “Que restauração é esse? Coisa mais ridículo que já vi, respeita a nossa história essa república é uma piada. 131 anos essa ré pública falida corrupto destruindo cada vez mais o Brasil. Ave império” (perfil de R. E.); “Se continuarmos na República, não estaremos vivos para ver a obra pronta!” (perfil de D. A.). Esses comentários foram encontrados em maior número e com maior repercussão em duas publicações realizadas nos perfis do Instagram e Facebook do Museu Nacional/UFRJ, em fevereiro de 2021, que anunciavam a empresa vencedora do projeto arquitetônico de restauração do Palácio de São Cristóvão.

Como parte de uma pesquisa mais ampla (uma etnografia digital impetrada durante meu doutorado) que investiga as diferentes trajetórias narrativas em torno e a

---

<sup>3</sup> Dados obtidos com a administração do Museu Nacional/UFRJ.

partir do incêndio no Museu Nacional/UFRJ nas mídias sociais, o caráter desses comentários ensejou a produção deste artigo, que pretende analisar a repercussão em torno das duas publicações citadas. A partir de uma observação participante, irei me debruçar sobre os comentários realizados por perfis “monarquistas”, que iniciaram nessas postagens uma campanha contra o projeto apresentado, reivindicando a retomada das características originais do prédio, que teriam sido ignoradas pela nova proposta (a fim de preservar traços remanescentes do período em que as famílias real e imperial mantiveram residência no prédio). Ao todo, foram coletados 4.845 comentários dos quais destaco algumas falas para reflexões que veremos ao longo desse trabalho.

Ao falar sobre a observação participante, Winkin (1998) — quando enumera os passos para a realização de uma pesquisa etnográfica em comunicação — alerta quanto ao envolvimento do pesquisador e ao tempo de cada fase, para que uma não se precipite sobre a outra. “Não é porque você está fazendo um estudo sobre a vida social de um bar que você tem de ser garçom de bar” (WINKIN, 1998, p. 140). Ocupar, de fato, o lugar do pesquisador é tarefa necessária no processo de envolvimento e afastamento que devemos ter em relação ao campo. Desse modo, evitamos assim o encantamento precipitado pelo estranhamento e a facilidade dada pelos “pré-conceitos” que possamos ter pela proximidade. A ponderação se faz especialmente necessária para essa pesquisa, uma vez que atuo há mais de 18 anos<sup>4</sup> no Museu Nacional/UFRJ e fui responsável pelo gerenciamento de crise em Comunicação nos dois anos que se seguiram ao incêndio. Ainda que esse dado possa ser considerado uma vantagem para a pesquisa, visto que meu caráter de *insider* pode garantir certa facilidade na obtenção de informações úteis ao trabalho, apresenta-se também como um desafio. Estudar um objeto do qual tenho tamanha proximidade e vínculo e, ao optar pela observação participante, uma das etapas da etnografia digital (HINE, 2016), me exigirá, ao mesmo tempo, um afastamento do campo e relativizar meu lugar na instituição. Para Velho (2013, p. 84), a missão não é simples, ao contrário, exige um exercício constante por parte do pesquisador em manter o “estranhamento” em relação ao que está sendo estudado como também a ele mesmo.

Como minha participação em campo era anônima (utilizando meu perfil pessoal), opto por não revelar nomes ou perfis dos autores dos comentários, nem os links dos mesmos, para preservar a identidade dos sujeitos. Outro dado sobre a

---

<sup>4</sup> Comecei como estagiária de assessoria de imprensa em 2003, em seguida assumi o setor e, de 2012 a 2020 coordenei o Núcleo de Comunicação e Eventos do Museu Nacional/UFRJ.

apresentação das falas é o fato de que as reproduzo tal como tenham sido escritas, respeitando grafias, uso de “emojis” ou outras expressões linguísticas para comunicação.

Compreendendo as mídias sociais como espaços profícuos para observação das experiências de identidade e sociabilidades a partir da interface entre a ação humana e os meios técnicos (HINE, 2016), e tendo como foco o sujeito e suas conexões (RECUERO, 2009, p.22), privilegio o lugar dessas plataformas como campos de disputa e intermediadoras de práticas identitárias, que refletem em meio digital as formas e os modos de representação de um corpus social. Assim, irei tratar as mídias digitais como locais de troca e conversação, onde é possível gerenciar “sua própria identidade, seu estilo de vida e suas relações sociais” (LIVINGSTONE, 2012, p. 93).

O artigo se estrutura em torno das discussões sobre conversações em rede, observação digital e ciberativismo, refletindo como as mídias sociais podem ser espaços de autoapresentação, associação e organização dos sujeitos em torno de causas ou valores, em que as narrativas hostis podem tornar-se protagonistas nas formas de expressão.

## **MÍDIAS SOCIAIS E CONVERSAÇÕES EM REDE**

Segundo Recuero (2016), as plataformas digitais são também espaços onde se constrói e compartilha a opinião pública (em concepção análoga à de Habermas quanto à esfera pública). Essa “opinião” será pautada pelos sujeitos individualmente, a partir de suas impressões nesses espaços e formada através de suas múltiplas associações, suas redes e conexões, de modo que “a tecnologia funciona como mediadora de relações sociais e de processos identitários, e onde ‘usos coletivos’ se conjugam com ‘usos individualizados’” (BARROS, 2012 p. 3). Para Schau e Gilly (2003) os *sites* pessoais expandiram a prática da autoapresentação do universo material para o virtual, em que pese a constante construção e apresentação do “eu”. As teóricas partem do princípio de que em cada pessoa há a potencialidade de “múltiplos eus situacionais” (SCHAU; GILLY, 2003, p. 388).

Nesses espaços, podem surgir grupos ou comunidades formados por sujeitos dispostos em locais diversos ao redor do mundo, mas que na plataforma digital encontram-se para a discussão de gostos e preferências, podendo torná-los campos de

disputa. Essa “disputa simbólica pelo espaço das redes” (AMARAL, 2011, p. 3), que “nem sempre ocorre de maneira harmoniosa ou dialógica, traz a campo estratégias de linguagens características de diferentes identidades e grupos sociais” (GUEDES; NANTES, 2020). É em torno da controvérsia, inclusive, que, segundo Pereira de Sá (2016, p. 55) se estrutura a comunicação e as “formas de expressão e narrativa dominante” nesses espaços. Como resultado, podemos observar narrativas hostis, acusatórias ou violentas nos espaços de comentários, tal qual observado nas plataformas digitais do Museu Nacional/UFRJ: “Vcs irão pagar caro se fizerem merd4” (perfil de D. C.)

Pereira de Sá (2016, p. 52) ainda elenca como um dos erros cometidos nos estudos incipientes sobre as sociabilidades em rede a exclusão da “questão dos afetos e paixões envolvidas nos embates e usos de tecnologias”, bem como o papel da materialidade para a “construção dos sentidos e discursos comunicacionais” (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 52), e complementa:

[...] creio que o ponto mais interessante do debate sobre a cultura digital é a provocação na direção de recolocarmos novamente em questão a pergunta sobre o que é a comunicação e quais as condições políticas, sociotécnicas e culturais para a produção de sentido, incorporando simultaneamente a questão dos afetos produzidos/permitidos por diferentes meios e suportes em fricção com subjetividades múltiplas (PEREIRA DE SÁ, 2016, p. 52).

Sem ignorar a materialidade presente nas condições de produção dos conteúdos que circulam nas plataformas digitais, pelo contrário, percebendo como são parte constituinte dos modos de circulação, interpelação e expressões dos sujeitos, retomamos o que Recuero (2009) aponta como o caminho para seus estudos sobre conversação *online*, ao considerar o uso dessas ferramentas menos pelas tecnologias que elas engendram, mas, de outro modo, pelo seu uso social. Elas —ferramentas computacionais— “evoluíram para serem ‘espaços conversacionais’ importantes, já que os usos que fazemos delas reelaboram a conversa e esta passa a ter outras feições” (RECUERO, 2009, p. 6).

Sabendo que “a circulação e compartilhamento de informações e opiniões têm poder de afetação e tensionamento de alguns atores em específico” (PILLZ et al., p. 9), interessa aqui explorar um pouco mais o conceito de conversação em rede trazido por Recuero (2009; 2012), que a define como

um processo organizado, negociado pelos atores, que segue determinados rituais culturais e que faz parte dos processos de interação social. Não se trata apenas daqueles diálogos orais diretos, mas de inúmeros fenômenos que compreendem os elementos propostos e constituem as trocas sociais e que são construídos pela negociação, através da linguagem, de contextos comuns de interpretação pelos atores sociais (RECUERO, 2012, p. 31).

A autora afirma que as trocas conversacionais, sejam elas síncronas ou assíncronas, são as responsáveis pelo estabelecimento das redes sociais na internet, gerando laços e capital social (RECUERO, 2009, p. 122) entre os indivíduos. Recuero (2009) faz uma distinção entre o que chama de redes de filiação, formadas pela rede visível de contatos dos usuários e redes emergentes, as enredadas pelo processo de conversação nas mídias sociais. Essas últimas seriam as que de fato revelam as redes formadas pelos indivíduos nos espaços das plataformas digitais e que são complexificadas pelas conversações. Com vistas a investigar essas conexões e seus desdobramentos, Recuero (2009) propõe uma análise que dê conta tanto dos aspectos estruturais quanto semânticos das conversações, uma vez que, da complementariedade de ambos resultaria a interpretação dos conteúdos, como ocorrem as conexões e os laços sociais entre os sujeitos.

Dessa intensa circulação de conteúdos, sujeitos e realidades, resulta uma aproximação dos indivíduos e grupos que compartilhem semelhanças, mas também o “encontro” de comunidades que não dividam os mesmos valores e crenças, fazendo das mídias sociais um interessante espaço para observarmos os sujeitos e grupos interagindo, se associando e dissociando de acordo com os campos de disputa ou de aproximação gerados pelas plataformas.

Sabendo que “cada vez mais pessoas se organizam em redes de relações que conectam indivíduos e grupos, conforme a realização dos objetivos e de decisões que podem ser tornar estratégicas” (REZENDE, 2014, p. 154) é preciso caminhar no sentido de compreender que eventos ou situações podem ser “gatilho” para ensejar associações e dissociações que se tornem reflexo de como esses sujeitos constroem suas personas em rede, como indivíduos e como parte de grupos relacionais.

Estar atento às conversações em rede é considerar todos esses aspectos mencionados até aqui, relacionando os modos de expressão dos sujeitos, as narrativas que engendram, em quais circunstâncias e perante quais públicos se associam. A análise

dos contextos em que se inserem essas “conversas” nos separa de uma análise que privilegie somente características linguísticas do discurso e nos aproxima de uma compreensão que nos leve aos quadros mais amplos que envolvam os sujeitos em suas falas, devolvendo a eles o “lugar” que ocupam para além das frases e expressões que os situam em um encadeamento de comentários de uma plataforma digital. Desse olhar, implica a compreensão de que não estamos atuando sob uma perspectiva de corte entre o *online* e *offline*, mas falamos em termos complementares e contíguos, percebendo que “situações comunicativas [...] não são apenas informadas pela cultura mais ampla em que se estabelecem, mas também contribuem com a própria construção da cultura” (MÁXIMO et al, 2012, p. 310).

### **“PELA VERDADEIRA RESTAURAÇÃO DO PALÁCIO DE SÃO CRISTÓVÃO”**

Duas edições da “Coluna do Diretor”<sup>5</sup>, publicadas no Instagram<sup>6</sup> e Facebook<sup>7</sup> do Museu Nacional/UFRRJ, que divulgavam a escolha da empresa de arquitetura vencedora da concorrência que realizaria todos os projetos para a reforma e reconstrução do Palácio de São Cristóvão foram as que tiveram maior número de comentários ligados à temática da monarquia e do império. Esses posts traziam ilustrações de projeções do Palácio de São Cristóvão (Figura 1), com uma vista lateral do prédio, a escadaria de mármore (principal acesso dos visitantes ao segundo andar com uma cobertura), a vista de uma sala com as paredes em tijolos expostos (preservando a “memória do incêndio”) e um recorte transversal que também mostra um salão principal com tijolos expostos, mas com outras pequenas salas, nos detalhes, com paredes pintadas.

---

<sup>5</sup> Seção publicada aos domingos no Instagram e Facebook do Museu, em que o diretor da instituição escreve sobre temas diversos e eventualmente fazendo anúncios que sejam relevantes para o processo de reconstrução da instituição.

<sup>6</sup> Disponíveis em: <https://www.instagram.com/p/CL1cksqIf72/e>  
<https://www.instagram.com/p/CLjdxWHjmv4/> Acesso em 27 out. 2021.

<sup>7</sup> Disponíveis em:  
[https://www.facebook.com/MuseuNacionalUFRRJ/posts/2523219731313558?\\_rdc=2&\\_rdr](https://www.facebook.com/MuseuNacionalUFRRJ/posts/2523219731313558?_rdc=2&_rdr)  
e [https://www.facebook.com/MuseuNacionalUFRRJ/posts/2519793984989466?\\_rdc=4&\\_rdr](https://www.facebook.com/MuseuNacionalUFRRJ/posts/2519793984989466?_rdc=4&_rdr). Acesso em 27 out. 2021.

Figura 1 - Imagens com as projeções do “novo Museu”



Fonte: Facebook do Museu Nacional/UFRJ

Os desenhos compunham parte de toda a documentação necessária para a concorrência, não representando as imagens em definitivo aprovadas pelo comitê gestor<sup>8</sup> do projeto de reconstrução<sup>9</sup>, conforme alertava o texto:

As imagens que estão sendo divulgadas aqui e na mídia devem ser vistas como estudos — ideias bem gerais de como o Museu poderá ser reconstruído. Trata-se de uma proposta conceitual, onde fica claro a necessidade de estabelecer uma integração do palácio e o seu anexo com o parque da Quinta da Boa Vista. O projeto final possivelmente terá um visual diferente do que estamos apresentando (Coluna do Diretor, Facebook do Museu Nacional/UFRJ).

A divulgação das imagens provocou uma grande comoção no campo de comentários (dividindo opiniões entre os que se mostravam satisfeitos com a divulgação das projeções do palácio e os que rechaçavam e proposta), ensejando uma série de falas discordantes como as que vemos a seguir: “Que merda é essa?? É de se sentir vergonha alheia ver vocês apresentando um projeto esdrúxulo desses” (perfil de V. F. D.); “Vcs querem apagar de vez a nossa História!! Não basta o incêndio! Agora querem reconstruir um Museu q em nada nos lembra o antigo. Queremos de volta a nossa

<sup>8</sup> O projeto de reconstrução do Museu Nacional/UFRJ é gerido por um grupo formado pela UFRJ, Museu Nacional/UFRJ, UNESCO, Instituto Cultural Vale, reunindo parcerias com outras instituições brasileiras e estrangeiras. Intitulado Projeto Museu Nacional Vive (de nome homônimo à campanha de reposicionamento da instituição) é responsável pela captação e gestão de recursos, contratação e execução dos serviços necessários às obras e demais intervenções de restauro do Palácio de São Cristóvão e outras ações ligadas à instituição.

<sup>9</sup> De acordo com o edital de concorrência, era necessário que as empresas participantes apresentassem desenhos preliminares de um projeto hipotético para reforma do prédio. O objetivo seria comprovar a capacidade de elaboração de projeto para reforma e restauro de prédio histórico.

História, da qual muito nos orgulhamos!! Devolvam-nos o q é nosso por direito!” (perfil de A. R.).

Conforme assinala Rezende (2015, p. 228), as mídias sociais promovem uma relação única entre linguagem e experiência “selecionando, ordenando e classificando, por meio da constituição de narrativas, determinadas realidades para o público”, de acordo com a produção e difusão dos conteúdos. Cabe, então, aos sujeitos, com seus atravessamentos individuais, premissas, opiniões e outros afetos, eleger a que temáticas irão se associar ou não; interagir ou apenas transitar enquanto passantes pelas mídias sociais.

O imenso agrupamento de indivíduos proporcionado pelas mídias sociais, aproxima grupos com características semelhantes, mas também comunidades heterogêneas, a ponto de ensejar “novas formas de conflito e focos de violência discursiva”, segundo Recuero (2012, p. 2) alerta. A afirmação pode ser comprovada nas conversações que colocam “frente a frente” apoiadores do regime monárquico em confronto com usuários que rechaçam esse posicionamento: “L.F. que tipo de logica vc usou pra esse comentario? Bem pelo contrário! Quem quer destruir a história e qualquer traço do passado do brasil imperio são esquerdistas ignorantes. Como vc” (perfil de Y.B). A evocação partidária é uma constante nas falas dos sujeitos nas postagens citadas, reafirmando o que assinala Alves (2014) sobre as mobilizações políticas em mídias sociais: “há uma reintrodução da lógica partidária, que regula práticas interpretativas em comunidades digitais, por meio de circuitos difusos de antagonismo e de conflito” (ALVES, 2014, p. 320).

Braga (2011, p. 98) chama atenção para o fato de que, “unidade e discordância são tipos de interação que não se anulam, mas se somam”, isso porque, apesar de nas relações particulares serem motivo de desagregação, ao pensarmos em relacionamentos de comunidades, a discordância pode ser o elo entre os sujeitos. A autora complementa que o conflito “também pode ser uma poderosa força de agregação social, definindo um ‘nós’ que se constitui justamente na oposição a ‘eles’” (BRAGA, 2011, p. 101). O grupo pode assumir, então, um posicionamento unificado e definir estratégias comunitárias para o enfrentamento de determinada situação.

Trazendo essas reflexões para o escopo do artigo, é possível observar quando começa a tomar corpo, a partir das conversações em torno da restauração do Museu

Nacional/UFRJ, um movimento contrário ao projeto apresentado para o Paço de São Cristóvão, intitulado “Pela verdadeira restauração do Palácio Imperial” e promovido nas mídias sociais por perfis de usuários monarquistas e de movimentos apoiadores da causa. Foi criado um abaixo-assinado *online*<sup>10</sup> (figura 2), acompanhado de um manifesto que reivindicava que o processo de restauração levasse em consideração a história e a identidade do prédio, segundo o entendimento desses grupos:

Clamamos que a restauração do prédio do Palácio Imperial /Museu Nacional respeite a história e a identidade do grande Palacio Imperial do Brasil. Por um verdadeiro Projeto de Restauo que valorize as formas originais e reflita a grandeza do Palácio da Quinta da Boa Vista (Trecho retirado do manifesto publicado junto ao abaixo-assinado).

Figura 2 - Print da página do abaixo-assinado

A imagem mostra a interface de uma página de abaixo-assinado. No topo, uma barra amarela contém o texto: "Apoie este Abaixo-Assinado. Assine e divulgue. O seu apoio é fundamental." Abaixo, o título do abaixo-assinado é "PELA VERDADEIRA RESTAURAÇÃO DO PALACIO IMPERIAL / MUSEU NACIONAL", com o tema "Para: Preservacionistas". Há uma foto aérea do Palácio Imperial. À direita, indica-se que "Assinaram o abaixo-assinado 2.500 ASSINANTES" e há um botão "Assinar Abaixo-Assinado". Abaixo do botão, há ícones de redes sociais (Facebook, e-mail, WhatsApp, Twitter) e o texto: "O seu apoio a esta causa é muito importante. Esta causa pode ser a causa de todos. Assine o Abaixo-Assinado." Na base da página, há uma "Lista de todas as assinaturas".

Fonte: Site Petição Popular<sup>11</sup>

A estratégia impetrada para divulgação do movimento foi a publicação e o chamamento à participação através de postagens em perfis de movimentos monarquistas e nos campos de comentários das páginas do Museu Nacional/UFRJ, especialmente nas citadas “Coluna do Diretor”. A alguns comentários de pessoas que criticassem a possível restauração do palácio, outros usuários “colavam” o link para o site com o abaixo-assinado como resposta. Essa mobilização para divulgação do link não chegava

<sup>10</sup> Até o período de produção desse artigo, foram computadas 2500 assinaturas. Disponível em: <https://peticaopopular.com.br/view.aspx?pi=BR87715>. Acesso em 23 out. 2021.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://peticaopopular.com.br/view.aspx?pi=BR87715> . Acesso em 23 out. 2021.

a ser expressiva numericamente, mas notada dentro desses espaços nas mídias sociais do Museu.

Cabe mencionar que uma das justificativas para que essas manifestações tenham lugar nas conversações desses grupos e sujeitos se dá em função da história da sede principal da instituição, uma vez que, para além de abrigar um museu, o Paço de São Cristóvão<sup>12</sup> já serviu de residência para a família real portuguesa e imperial — o Museu Nacional/UFRJ somente passa ocupar o prédio em 1892, três anos após a Proclamação da República, quando deixa sua sede no Campo de Santana (no centro da cidade). A instituição tem ainda uma outra ligação com a monarquia portuguesa, uma vez que foi fundada por D. João VI (em 1818), como uma das ações tomadas à época para fomentar o progresso científico e cultural da então colônia.

Dessa forma, é comum os comentários que reivindicuem a valorização desse período histórico, de seus personagens e das ações empreendidas naquela época:

Respeitem a história do Império do Brasil! Dêem valor a nossa história! O Brasil tem um dívida com a família imperial que foi expulsa de seu próprio país em 1889! Dom Pedro II, que é certamente o maior governante de toda a história deste país, que dificilmente alguém passará, ele ficaria decepcionado com o que vcs estão fazendo! Viva os Orleans e Bragança! ❤️❤️👑👤 (perfil de G. D. R.).

Também há usuários que pleiteiam uma restauração do Palácio de São Cristóvão que privilegie os traços arquitetônicos do período imperial, para que fosse valorizada a vivência dos imperadores naquele local. Muitos deles com uma recusa de que ali se instalasse um museu de história natural e sugerindo que fosse um espaço de celebração à monarquia, ao império: “DEVOLVA-NOS O PALÁCIO IMPERIAL. Esse monumento tem muito mais História e importância do que o que a ele foi atribuído... Não queremos um museu, queremos a casa dos nossos pais fundadores...” (perfil de E. Z.).

Como pondera Bezerra (2016, p. 136), é preciso relembrar que as mídias digitais não são elas próprias as produtoras das mobilizações ou manifestações semelhantes à apresentada pelo artigo, mas elas são capazes de reunir e impulsioná-las, provendo as ferramentas necessárias para a criação de eventos e divulgação de posicionamentos, difundindo mensagens e “temas de interesse de uma causa ou

---

<sup>12</sup> Em 1938, o Palácio foi tombado pelo então Serviço de Defesa do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, atual Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (AZEVEDO, 2007).

movimento” (BEZERRA, 2016, p. 136). Essas estratégias, que fazem uso individual ou coletivo das tecnologias proporcionadas pelos meios digitais para “criar, operar e gerenciar diferentes modos de *práxis* política” são, segundo Bezerra (2016, p. 136) as características do que se convencionou chamar de ciberativismo.

Os comentários realizados nos perfis do Museu Nacional/UFRJ e aqui assinalados ocorrem no rastro de movimentos populares recentes que trouxeram impactos para a vida política brasileira, como as manifestações públicas ocorridas em junho de 2013 (conhecidas como Jornadas de Junho) e o impeachment da presidenta Dilma Rousseff. Ambos contextualizados em um momento amplo de mobilização na internet (TONETTO, 2018) e que têm se ampliado nos últimos anos, com a participação de grupos conservadores e de direita, sendo decisiva para a eleição do atual presidente, Jair Bolsonaro (ALVES, 2019). Segundo Alves (2019, p. 323) “a plataformização da comunicação política pelas mídias digitais foi fundamental para acelerar a disseminação das mensagens de direita”.

Essas narrativas reivindicatórias de um regime monárquico observadas nos comentários, podem estar ligadas ao que Alves (2019, p. 323) aponta em relação à atual conjuntura brasileira, que apresenta um quadro de deterioração democrática e “disfunção das instituições”. Para Alves (2019, p. 117), é “inegável que haja um componente tecnológico para proporcionar as condições de visibilidade a discursos extremistas, mas que ganha autoridade em contexto de falência democrática e de disfunção institucional generalizada”. Ponderação também realizada por Chaloub e Lima (2018, p. 34) que colocam como central para qualquer reflexão que se faça sobre o Brasil contemporâneo a “questão democrática”.

Conforme sugere Recuero (2012), estar atento ao modo como se dão essas conversações em rede nas mídias sociais tem papel preponderante para o entendimento das mudanças dos processos comunicacionais nas últimas décadas.

São essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e organizam protestos, criticam e acompanham ações políticas e públicas. É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída (RECUERO, 2012, p. 17).

Observar as conversações em rede apresentadas a partir de um quadro mais amplo, nos “auxilia na compreensão das relações entre as mensagens e na interpretação do sentido daquilo que é trocado” (RECUERO, 2009, p. 122), ao mesmo tempo que não

se ignore a estrutura a partir da qual elas são formadas. Desse modo, examinar o movimento que se formou em torno duas publicações do Museu Nacional/UFRJ em suas mídias sociais acaba por jogar luz em questões que se conectam diretamente com a atual conjuntura política no país, a forma como grupos políticos têm se organizado em rede e suas associações nesses espaços. Temas que podem ser aprofundados em uma pesquisa mais ampla.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, através de uma observação digital participante, procurei destacar dos comentários que chamei de “discordantes” algumas características comuns que os agrupassem em torno das conversações sobre o enaltecimento de regimes monárquicos em oposição à República. Discussões que desvelaram disputas de hegemonia, gosto e poder, que sabemos estar presentes nas práticas comunicacionais mesmo fora da internet.

Foi possível perceber também que esse campo de disputa não ocorre sem que haja um “gatilho” para ensejar as conversações sobre determinados temas. Dessa forma, os indivíduos impetravam suas falas, assumindo publicamente seus discursos, demarcando suas identidades, crenças, afetos e subjetividades. Além disso, a partir de preceitos partilhados, observou-se também que os indivíduos se associam em torno de causas que acreditam e utilizam-se dos espaços das plataformas digitais para manifestarem-se coletivamente e realizar ações coletivas como a do abaixo-assinado *online* em que reivindicava a “verdadeira restauração” do Museu Nacional/UFRJ.

Foi interessante notar também como as conversações nos campos de comentários foram preponderantes em relação ao texto e às imagens da “Coluna do Diretor” que trazia uma informação diversa das que foram repercutidas pelos usuários. Mediados pelas mídias sociais, atravessamentos éticos e políticos dos sujeitos se imbricaram a seus modos de agir nesses espaços (sejam eles hostis ou acusatórios).

Como parte de uma pesquisa mais ampla, esse artigo trouxe questões incipientes que devem ser aprofundadas ao longo do doutorado, além de apontar a necessidade de explorar outras que não tenham, até então, sido pensadas. Podem, por exemplo, ensejar aprofundamento, reflexões sobre ciberativismo, motivação dos grupos e perfis atuantes nessas frentes, contextualização dos sujeitos e suas sociabilidades

nesses meios entre outros temas. Espera-se, com isso, contribuir com o debate mais abrangente que envolve as investigações sobre os indivíduos e suas dinâmicas com e nas mídias sociais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, M. S. A Rede de Oposição Radical no Facebook: cartografia e apontamentos sobre os *haters* políticos. **Revista de Estudos da Comunicação** (Impresso), v. 15, p. 309-324, 2014.

\_\_\_\_\_. **Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018**. Tese de Doutorado. Universidade Federal Fluminense, 2019.

AMARAL, A. Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas. **ComCiência**, n. 131 Campinas, 2011.

BARROS, C. Representations of poverty and digital inclusion: Clashes over alterity in the field of technology and the virtual universe. **Journal of Latin American Communication Research**, v. 2, p. 92-114, 2012.

BEZERRA, Sílvia Ramos. **Ciberativismo: a política em tempos de internet**. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

BRAGA, Adriana. Sociabilidades digitais e a reconfiguração das relações sociais. **Desigualdade & Diversidade: Revista de Ciências Sociais da PUC-Rio**, Rio de Janeiro, n. 9, p. 95-104, 2011.

CHALOUB, Jorge; LIMA, Pedro Luiz. **Interpretações do Brasil contemporâneo**. Mediações-Revista de Ciências Sociais, v. 23, n. 2, p. 14-39, 2018.

GUEDES, F. C. C.; NANTES, J. D. O engajamento em torno de comentários catárticos ou de disputa no Facebook do Museu Nacional/UFRJ. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom, 2020, Salvador. **Anais do 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO**. São Paulo, 2020. v. Único. p. 1-15.

HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In: CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla (org.). **Etnografia e consumo midiáticos: novas tendências e desafios metodológicos**. E- papers, 2016, p. 11-28.

LIVINGSTONE, Sonia. Tomando oportunidades arriscadas na criação de conteúdo jovem: o uso pelos adolescentes de sites de redes sociais para intimidade, privacidade e expressão própria. **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo ano 9, v. 9, n. 25 p. 91-118, ago. 2012.

MAXIMO, Maria Elisa et al. A etnografia como método: vigilância semântica e metodológica nas pesquisas no ciberespaço. **Epistemologia, investigação e formação científica em comunicação**. Rio do Sul: Unidavi, 2012.

PEREIRA DE SÁ, S. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. **Revista ECO PÓS**, v. 19, n. 3, p. 50-67, 2016.

PILZ, J.; POLIVANOV, B.; MEDEIROS, B. A.; HENN, R. Apanhador Não Tão Só: um testemunho, uma banda e as afetações de um ciberacontecimento. In: XXVII Encontro Anual da Compós, 2018, Belo Horizonte. **Anais do XXVII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais**, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho, 2018.

RECUERO, Raquel. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Revista Famecos**, v. 16, n. 38, p. 118-128, 2009.

\_\_\_\_\_. **A conversação em rede: Comunicação Mediada Pelo Computador e Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

\_\_\_\_\_. O twitter como esfera pública: como foram descritos os candidatos durante os debates presidenciais do 2º turno de 2014? 1. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 16, p. 157-180, 2016.

REZENDE, R. A catarse cotidiana: performances dramáticas no Facebook. **Culturas Midiáticas**, v. 7, p. 1-15-15, 2014.

\_\_\_\_\_. Política e afeto no tempo das redes: ou a catarse coletiva - uma análise da Mídia Ninja. **Ação Midiática - Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, v. 10, p. 223-242, 2015.

SCHAU, Hope; GILLY, Mary. We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. **Journal of Consumer Research**, v. 30, 2003.

TONETTO, Mauricio Bozzi. **Ciberativismo nas redes sociais: um estudo do Movimento Brasil Livre no pós-impeachment de Dilma Rousseff**. Dissertação de Mestrado. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2018.

VELHO, Gilberto. **Um Antropólogo na Cidade: Ensaios de Antropologia Urbana**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

WINKIN, Y. **A nova comunicação: da teoria ao trabalho de campo**. Campinas-SP: Papyrus, 1998. 216 p.